

Уральский федеральный университет

**Национальные ценности в языке
и коммуникации**

**Тезисы докладов научного семинара
с международным участием
(13 апреля 2015)**

Екатеринбург 2015

УДК 811.1/.8

ББК 81.1

Н35

Н 35 Национальные ценности в языке и коммуникации. Тезисы докладов научного семинара с международным участием / Под. ред. Ю. Н. Михайловой. – Екатеринбург: Издательский Дом "Ажур", 2015. 48 с.

ISBN 978-5-91256-257-0

УДК 811.1/.8

ББК 81.1

ISBN 978-5-91256-257-0

© УрФУ, 2015

Содержание

Берсенёва А. А. Ценность правды (на материале блога Е. Ройзмана)	5
Боровикова Н. А. Категория времени: национальная специфика ценности	6
Ван Вэньцзя. Традиционные ценности как жизненные ориентиры современных китайцев.....	7
Ван Минци. Национально-культурные коннотации ценностного концепта	8
Данилов С. Ю. Противопоставление ценностей в современной русской лингвокультуре.....	9
Дао Динь Тхао. Ментально значимые коммуникативные ценности по данным вьетнамской фразеологии	10
Ильина О. В. Базовые ценности как средство преодоления негативных этностереотипов	11
Исакова Е. А. <i>Другой</i> как ценность (на материале репортажей журнала «Русский репортер»)	12
Каблуков Е. В. Великая Победа как сакральная ценность российской культуры.....	13
Купина Н. А., Вепрева И. Т. Вербальные знаки базовых ценностей: к основаниям лингвистической систематизации	14
Ли Вэньлу. Ценностные черты внешности человека (по данным русской и китайской фразеологии).....	15
Ли Чан. Антиценности в культурном сценарии русского гостеприимства	16
Литовская Е. В. Еда как символическая ценность в дискурсе блогов современных GlobalRussians	19
Лысенко М. А. Счастье как ключевая ценность: особенности современного осмысления концепта.....	20
Матвеева Т. В. О ценности неинформативных реплик в начале разговорного диалога	21
Михайлова О. А. Образ ближайшего будущего: значимые ценности студентов-первокурсников (по материалам анкетирования)	23
Михайлова Ю. Н. Ценности современного яппи (на материале романа С. Минаева «Dухless»).....	24
Накрохина В. С. Корпоративные ценности кинофестиваля (из опыта работы).....	26
Нгуен Тхе Хунг. Честь как ценность для молодых россиян и вьетнамцев.....	27
Петкау А. Ю. Ценностный концепт <i>здоровье</i> в советских и постсоветских СМИ.....	29
Пикулева Ю. Б. Образ ближайшего будущего: о некоторых статистических результатах проведенного анкетирования студентов.....	30

Попова Е. Г. Национальные духовно-нравственные ценности: православный взгляд	31
Просвирнина И. С. Сопоставительные исследования национально-культурных ценностей: методологический аспект	32
Уонг Минь Туан. Семейные ценности вьетнамской культуры (на материале речевого жанра похвалы)	34
Цзян Шань. Концепт <i>здоровье</i> в русских и китайских пословицах: сопоставительный аспект	35
Чжао И. Китайские ценности в зеркале зоонимных фразеологизмов	36
Шалина И. В. К вопросу об определении и типологии ценностей	38
Ян Цин. Эстетическая ценность стилистических фигур	40
Творческая мастерская магистрантов-иностранцев	42

Ценность правды (на материале блога Е. Ройзмана)

Речемыслительная деятельность человека является способом переживания, освоения, оценивания опыта в текстовых образованиях через процесс формулирования значимых смыслов. В речи не формулируется сама ценность, но выражается убежденность или верования говорящего на основе его ценностного отношения.

В блоге Евгения Ройзмана, известного общественного деятеля, отражено представление о правде как о ценности: блог имеет название «Сила в правде». Данное высказывание, являющееся узнаваемой прецедентной единицей (цитатой из фильма «Брат»), выражает убеждения блогера в значимости честности в обсуждении социальных проблем, которым в основном посвящены посты в его виртуальном дневнике.

Исследователями отмечается, что правда – это основополагающая ценность русской культуры, включающая в себя представления как об истине, так и о справедливости. С ценностью правды тесно связано представление о правдоискательстве – *стремлении добиться справедливости*.

Используя высказывание «Сила в правде» в качестве заголовочной единицы сетевого дневника, блогер-политик Е. Ройзман демонстрирует, насколько важной ценностью является для него правда. Записи блога, содержащие описание общественной деятельности автора, связанной с установлением социальной справедливости, поддерживают данное представление о правде как о ценности. Блогер создает честного политика, не стремящегося замалчивать проблемы общества. Имидж защитника справедливости моделируется посредством арсенала речевых стратегий и тактик, реализуемых в сетевом дневнике и направленных как на разоблачение несправедливости и неправды (в этом случае в блоге наблюдается конфликтное коммуникативное поведение), так и на конструктивный поиск путей решения проблем (в данном случае демонстрируется кооперативное коммуникативное поведение).

Категория времени: национальная специфика ценности

Время – одна из величайших ценностей, имеющих у человека. На восприятие человеком времени влияет, бесспорно, та культура, к которой он принадлежит.

В русской и китайской лингвокультурах представление о времени находится в прямой зависимости от представлений о пространстве.

Однако в языковом сознании русских и китайцев имеются различия относительно направления времени. В китайском языке употребляются не только пространственные элементы «вперед» и «назад», но и «вверх» и «вниз», например, *верхняя неделя* в значении *прошлая неделя*, *нижняя неделя* в значении *следующая неделя*. У китайцев верх ассоциируется с прошлым, а низ – с будущим.

В русском языке в названиях месяцев не отражается цикличность времени, в то время как в китайском языке в названиях месяцев и дней недели цикличность времени представлена. Китайцы называют месяцы по порядку их следования друг за другом, начиная с первого (*И Юе*) и кончая двенадцатым (*Ши Эр Юе*).

Время в китайской культуре осмысливается прежде всего в связи с лунным циклом. Лунные ритмы и фазы Луны считались более очевидной единицей времени, чем солнечный год. В китайском календаре счет лет не образует бесконечную последовательность, а представляет собой 60-летнюю циклическую систему. Создание традиционного китайского календаря свидетельствует не только о высоком уровне развития астрономии в Древнем Китае, но и об особом восприятии времени как циклической системы, определяющей ход событий в жизни общества и человека.

В восприятии носителей русского языка время проходит под знаком событий, которые определяют его. Русские оценивают время, в первую очередь, по тому, какое событие произошло в тот или иной момент последовательной вереницы лет.

В докладе приводятся данные анализа фразеологических единиц с темпоральным лексическим компонентом русского и китайского языков.

Традиционные ценности как жизненные ориентиры современных китайцев

Модернизационный курс на строительство «социализма с китайской спецификой» – новый путь развития государственности и общества, который переживает современный Китай, – обусловил большие перемены во всех областях жизни страны и укрепление ее позиций на мировой арене.

Сложившиеся в Китае религиозно-этические и социально-политические идеи и институты, которые на тысячелетия определили сущность, характер и формы всего «китайского образа жизни», принято соотносить, прежде всего, с конфуцианством. Как официальная идеология с ее культами божественной власти «сына Неба», авторитета старших, с ее приверженностью к традициям и консерватизму, конфуцианство по существу нормировало и контролировало духовную жизнь общества в целом.

Согласно религиозно-нравственной культуре древних китайцев небо считалось владыкой мира, источником активного начала. Но так как небо не могло управлять земными порядками, оно даровало власть правителю, который, управляя подданными по «небесному велению», считался исполнителем воли неба, поэтому его называли Сыном Неба. В феодальном Китае вся китайская нация, называвшаяся «сто семейств», рассматривалась как одна большая семья, отцом и матерью которой был император. Все подданные этого большого семейства должны были проявлять к императору сыновнюю любовь и почтительность. С самого раннего детства китаец приучался верить, что отеческая власть принадлежит как главе малого семейства, т. е. отцу, так и главе большой семьи, т.е. императору. Эта традиция сохранилась и поныне. Так, традиция воспитания в подчинении старшим и уважении к ним прививается с детства и реализуется домашней и общественной жизни (в школе, на работе и т.п.). Это помогает начальнику организовать труд своих подчиненных, направленный на улучшение технологических процессов на производстве и на развитие всего китайского общества в целом.

Традиционные ценностные структуры по-прежнему занимают доминирующее положение в сознании китайцев и определяют поведение большинства из них в решении проблемных ситуаций.

Национально-культурные коннотации ценностного концепта

У национальностей с различной культурой и ментальностью ценностные концепты имеют различные коннотации. Доказательством этого тезиса послужит анализ концепта *собака*.

Собака – домашнее животное, которое играет важную роль в жизни представителей различных народов. Выявим, каковы ассоциативные признаки, составляющие культурный фон образа собаки в русском и китайском языковом сознании, определим их амбивалентную направленность. Материалом исследования послужили фразеологизмы русского и китайского языков.

В русском языке актуализируются следующие смыслы.

А. Негативный смысл 1. Брань; 2. Выражает большое количество; 3. Положение и состояние; 4. Злость; 5. Безделье; 6. Ненужность и бесполезность; 7. Обвинение; 8. Жадность, алчность и др.

Б. Положительный смысл 1. Верность, преданность; 2. Знаток, человек с большим опытом; 3. Суть дела; 4. Общеизвестность и т.д.

В китайской картине мира собака метафорически характеризует преданность, но чаще всего выражается неодобрение, даже отвращение по отношению к ней.

А. Негативный смысл

1. Самоуничижение, скромность [quanzi → дети простых людей]
2. Домашний скот [ji gou / quan → простые люди (предметы)]
3. Злость, глупость [действия gou / quan → низкий человек]
4. Вынужденное действие [действие gou → состояние человека]
5. Испражнения [goushi → плохой характер]
6. Нечестное поведение [gou → подлый человек]
7. Подделка, фальшивка [gou → отсутствие ценности]

Б. Положительный смысл

1. Преданность и верность [преданность gou → любовь детей к матери]

Таким образом, сравнительный анализ фразеологизмов русского и китайского языков со словом «собака» позволил выявить специфику мировосприятия носителей разных языков.

Противопоставление ценностей в современной русской лингвокультуре

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

Коммуникативное пространство организуется не только речеповеденческими конвенциями, но и вербализованными ценностями. В последние годы обращает на себя внимание противопоставление ценностей государственности и либерализма. По данным толкового словаря С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой, государство – «основная политическая организация общества, осуществляющая его управление, охрану его экономической и социальной структуры»; либерализм – «идеологическое и политическое течение, объединяющее сторонников демократических свобод и свободного предпринимательства». Словосочетание *либеральное государство* не выглядит противоречиво, если государство не запрещает свободное предпринимательство и поддерживает использование демократических инструментов управления. Рассмотрение указанных, а также однокоренных слов приводит нас к выявлению оппозиции по параметру *ограничение*. Государство законодательно ограничивает возможности граждан, тогда как *либерализовать* – это «снять (снимать) ограничение, предоставить (предоставлять) свободу действий». Но государственники и либералы сегодня контекстуально противопоставлены. Так, Евгений Ясин, бывший министр экономики, в январе 2014 года пишет: *«Впереди год, от которого многое зависит. В том числе от расстановки сил между либералами и государственниками»*. В полемической речи ценностную составляющую отчасти проясняют составные номинации: *антисоветчики-западники-либералы* и *патриоты-государственники*. При этом нельзя не отметить, что слово *государственник* толкуется в словаре Т. Ф. Ефремовой как «приверженец сильной государственной власти и сохранения единого государства», а в энциклопедическом словаре *dic.academic.ru* как «сторонник государственного регулирования, прочной государственности». Соответственно, в названных ранее контекстах может быть вычитана идея, что либерал – не сторонник прочной государственности и сохранения единого государства (последнее, с точки зрения государства, преступно).

В приведенных примерах наблюдается поляризация ценностей, характерная для современной русской лингвокультуры. Но 5—10 лет назад наблюдалась несколько иная картина. В значимых, официально поддержанных, контекстах ценности сильного государства, личных и демократических свобод пропагандировались как рядоположенные, работающие на имидж современной России. Так, успешный в мировом прокате мультфильм «Белка и Стрелка: Звездные собаки» (2007—2012, годы от подготовки проекта до подведения финансовых итогов показа фильма за рубежом) демонстрирует снятие оппозиций *советский / антисоветский, западный / патриотичный, либеральный / государственный*.

Дао Динь Тхао
магистрант

Ментально значимые коммуникативные ценности по данным вьетнамской фразеологии

Вьетнамский язык – национально-культурная ценность вьетнамского народа. Вьетнамская фразеология содержит богатую культурную информацию, владение которой необходимо для правильного понимания и использования языковых единиц в коммуникации. С помощью языка люди обмениваются мыслями, чувствами, добиваются эффективности общения. На основе изучения фразеологических оборотов вьетнамского языка, которые связаны с процессом речевой коммуникации, можно выделить коммуникативные ценностные установки вьетнамского народа:

1. Вьетнамцы отмечают самоценность слова. Слово сравнивается с предметами, обладающими высокой материальной значимостью. Например: *Lờinóigóivàng* (Слово – золото); *Nhảngocphunchâu* (Выплевывать яшму, выдувать жемчуг); *Lờiquantiềntấmlụa* (Слово стоит рулона шелка).

2. Слово, речь – голос сердца. Слово улаживает, оно может успокоить, утешить: *Nờingọtlọtđếnxương* (Ласковое слово проникает до самих костей).

3. В общении вьетнамцы, как правило, стремятся поддерживать гармонию, избегая повышения тона речи и спора. Перед тем, как говорить, всегда думают: *Ănócnhai, nờicóngữ* (Когда ешь – жуй, а когда говоришь – думай); *Giữmồmgiữmiệng* (Держать рот); *Lờinóikhôngthiếttiềnmua* (За хорошие слова не надо платить).

4. В устном общении ценятся такие качества, как ясность, благозвучие, красота: *Nóinhư rót mật vào tai* (Говорить, словно вливать мед в уши). А грубые люди (говорят, словно бьют в уши) *Nóinhư đập vào tai*.

5. Речевая гармония, звуковая гармония, красноречие – особый дар, который надо беречь и ценить: *Xuất khẩu thành chương* (Извлекать из уст ритмическую прозу/ стихи).

6. Отрицательная оценка неизменно сопровождает сплетни, клевету, ложь, болтовню, за которыми скрыты неискренность и корыстолюбие: *Ăn đom đui đết* (Наговаривать, возводить напраслину, клеветать на кого-л., распространять сплетни).

7. Широко представлено образное воплощение травматической функции слова. Образные параллели: *Lưỡi sắc hơn gươm* (Язык острее меча); *Miệng nam ô bụng bô daogăm* (Во рту хвала Будде, а в животе корзина кинжалов).

8. Речь и психотип человека взаимосвязаны. Фразеологизмы создают образы лжеца, льстеца, грубияна, задиры, зазнайки, болтуна, сплетника, клеветника: *Ăngiannói dôi* (Жульничать и лгать). Менее детально представлены образы правдолюбца, словесно одаренного человека, человека, у которого слово не расходится с делом/ мыслью: *Ăn ngay nói thẳng* (Говорить правду, говорить прямо).

О. В. Ильина
к. ф. н., доцент

Базовые ценности как средство преодоления негативных этностереотипов

Этнические стереотипы могут выполнять как гармонизирующую, так и дисгармонизирующую функцию в коммуникации. С одной стороны, они объединяют всех представителей этноса в группу «своих», укрепляют национальную идентичность, облегчают коммуникацию внутри группы «своих». Позитивные этностереотипы могут также способствовать гармоничной межкультурной и межнациональной коммуникации (например, стереотипные представления о кавказском гостеприимстве, о красоте национальных обычаев, о вкусной национальной кухне и др.). С другой стороны, этнические стереотипы в процессе общения могут приводить к интолерантной коммуника-

ции. В связи с такими существенными свойствами стереотипа, как оценочность и упрощенность, стереотипизация часто приводит к возникновению предубеждений, предрассудков, расхожих истин и, как следствие, к межнациональным конфликтам. Для того чтобы снизить уровень этнической конфликтности, напряженности в обществе, СМИ должны осваивать практики преодоления стереотипности, которые напрямую связаны с толерантным освещением этнической проблематики.

Преодолеть стереотипность при освещении этнической тематики позволяет опора на базовые человеческие ценности: жизнь, здоровье, справедливость, любовь, дружба и др. Так, важной ценностью является межэтническая интеграция, «дружба народов», что нередко подчеркивается в современных медиатекстах.

Так как негативные этностереотипы могут основываться на негативном опыте межгруппового взаимодействия и на недостаточности знаний о «чужих / других», эффективным средством преодоления стереотипности мышления становятся и практики информирования о другом этносе. Знание о другом этносе из упрощенного должно превращаться в комплексное. Рассказывая о национальных традициях, обычаях, ритуалах, достижениях национальных культур, СМИ реализуют просветительскую функцию и подчеркивают значимость этноса и его культуры для цивилизации в целом.

Е. А. Исакова
аспирант

Другой как ценность **(на материале репортажей журнала «Русский репортер»)**

Концепция того или иного СМИ строится с учетом определенных ценностных ориентаций.

Предметом нашего анализа послужили материалы рубрики «Репортаж» журнала «Русский репортер» за 2012–2014 гг., представляющие разновидность жанра, нацеленную не на рассказ о событии, а на знакомство аудитории с персонажами, которые, дистанцируясь от нее по тем или иным признакам, воспринимаются как *Другие*. Так, в репортаже Ю. Гутовой «Убойный гуманизм» («РР» № 43 от 31.10.12) конструируется образ полицейских, дис-

танцованных на основании принадлежности к профессии, сопровождаемой в российском обществе рядом негативных стереотипов.

Отталкиваясь от этих представлений, автор реализует стратегию сближения читателя с людьми из *другой* среды за счет использования ряда средств, позволяющих транслировать смыслы несоответствия героев негативным стереотипам и наличия у них позитивно оцениваемых качеств. В текст включены детали портрета (*небесно-голубые глаза, буддистская улыбка*), сведения из биографии, подчеркивающие неслучайный выбор профессии, особую связь с ней и осознание героем своей миссии (*«Мой прадед был энкавэдэинником.<...> Это вообще ... мой идеал!»*), а также диалоги персонажей. В них выявляются ключевые положительные характеристики настоящего полицейского: следование принятым среди *своих* правилам (*«колоть задержанных»* можно *«исключительно психологически»*) и наличие активной позиции (полицейскому *«должно быть не все равно»*).

Тексты репортажей журнала «Русский репортер» нацелены на сближение людей разных социальных слоев и отражают, таким образом, имплицитное исходное положение о важности Другого и его ценности.

Е. В. Каблуков
к.ф.н., доцент

Великая Победа как сакральная ценность русской культуры

Пространством формирования и поддержания ценностей современной культуры является медиадискурс – наиболее влиятельная дискурсивная система, позволяющая осуществлять эффективное воздействие на массовую аудиторию.

Современный российский медиадискурс в основном контролируется действующей властью, в результате чего происходит трансформация официальных и официозных СМИ в средства государственной пропаганды. Как следствие, власть имеет возможность формировать необходимый ей набор ценностей. В таких условиях победа в Великой Отечественной войне претендует на место ключевой и, более того, сакральной ценности русской культуры. О сакрализации свидетельствуют, среди прочего, соответствующие идеологические предписания в речи первых лиц государства, а также табу на критическое осмысление Великой Отечественной войны, которое наиболее

ярко проявилось в связи со скандальным опросом телеканала «Дождь», почти дословно повторяющим вопрос из школьного учебника истории.

Сакрализации подвергается именно исторический миф, что представляется весьма удобным для власти, определяющей его содержание, которое может меняться в зависимости от политической конъюнктуры. Таким способом – в точном соответствии с формулой, выведенной Д. Оруэллом в романе-антиутопии «1984», – осуществляется контроль над прошлым. При этом будущее становится не столь важным: история предстает как нисходящий процесс, кульминация которого находится в прошлом.

Примечательно также, что сакрализация Великой Победы приводит к легитимации феноменов связанного с ней советского тоталитаризма, в том числе милитаризации и авторитаризма, воплощением которого является фигура вождя. В результате возрождение культа личности и иных, казалось бы, одиозных и навсегда ушедших явлений не воспринимается как нечто ненормативное.

Н. А. Купина
д.ф.н., профессор,
И. Т. Вепрева
д.ф.н., профессор

Вербальные знаки базовых ценностей: к основаниям лингвистической систематизации

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

1. Ценностные предпочтения, определяющие специфику общественно-го сознания, непосредственно связаны с системой «представлений носителя языка о действительности, выраженных средствами языка» (Т. В. Матвеева) и образующих полевое когнитивное пространство, ядро которого составляют ментально маркированные константы – концепты, закрепляющие в языковой форме знания и представления о мире. Устойчивость когнитивного поля связана с аксиологической преемственностью базовых ценностей, передаваемых с помощью языка из поколения в поколение.

Имена базовых ценностей служат для «обозначения отражаемого и познаваемого, всего сущего и мыслимого» (В.Г. Гак). Аксиологические катак-

лизмы (революция 1917 года, распад СССР) оказали дестабилизирующее влияние на мировоззрение носителей русского языка и культуры. По мнению социологов, современное общественное сознание характеризуется «мозаичностью» (Ж. Т. Тощенко). На этом фоне первоочередная лингвистическая задача состоит в поисках номинаций базовых ценностей, способных интегрировать разные социальные группы (например, группы студенческой молодежи и рабочей молодежи; государственных служащих и бизнес-сообществ).

2. Формирование перечня имён базовых ценностей должно осуществляться на основе общих принципов. 2.1. Принцип историзма, предполагающий интерпретацию значимости номинации на шкале времени: дальняя ретроспекция (дореволюционное время); ближняя ретроспекция (советское время); реальное настоящее. 2.2. Принцип ясности: номинация концепта должна осознаваться как общенародная, доступная для понимания. 2.3. Принцип конкурентоспособности: при наличии синонима (синонимов) выбор опорного имени концепта должен отвечать критериям прозрачности содержания, употребительности, эмоциональной оценочности. 2.4. Принцип авторитетности источника. Источниками ментально значимых смыслов, имеющих вербальное выражение, могут служить отобранные с учетом авторской стратегии тексты русских мыслителей, писателей, публицистов, ученых; тексты институционально одобренных, аксиологически выверенных концепций, в том числе ориентированных на учащихся. 2.5. Принцип объяснительного потенциала единицы лингвоаксиологического анализа. Такой единицей может служить аксиологическое суждение, включающее прямую номинацию базовой ценности (базовых ценностей), которая интерпретируется автором суждения в социокультурном российском контексте.

3. В докладе рассматривается процедура формирования перечня имён базовых ценностей, предназначенного для проведения социологических опросов и анкетирования.

*Ли Вэньлу
магистрант*

Ценностные черты внешности человека (по данным русской и китайской фразеологии)

Описание внешности человека занимает важное место в этической и эстетической картине мира любого народа. При этом представления о внешности человека и критерии ее оценки у разных народов различаются.

Фразеологизмы (далее – ФЕ) представляют собой национально-специфические единицы языка, аккумулирующие культурный потенциал народа. ФЕ, характеризующие внешность человека, отражают эталонные представления людей одной культуры о внешней красоте человека.

Для русского человека наиболее важными признаками внешней характеристики являются фигура и рост человека, а также лицо. Широкие плечи, могучее телосложение, высокий рост считаются положительными чертами внешности мужчины, например, *косая сажень в плечах*. А для женщины положительными являются стройная фигура, румяное лицо, например, *красная смородина*; *стройная как тополь*.

Для китайцев наиболее существенным признаком внешней характеристики человека является соответствие внешности человека идеалу красоты, поэтому в китайском языке много ФЕ, характеризующих красивых людей, особенно красивых девушек. Белая кожа, чудесные и тонкие брови, яркие глаза, маленькие губы, маленькое и ловкое телосложение считаются положительными чертами внешности женщины, например, *鲜眉亮眼* досл. чудесные брови и яркие глаза, *в знач.* красивое лицо женщины. А для мужчин положительными чертами внешности, как и в русском, являются широкие плечи, могучее телосложение, высокий рост, например, *神龙马壮* досл. бодрый дракон, крепкая лошадь, *в знач.* рослый и высокий мужчина.

Данный материал даёт представление об эстетической ценности внешней красоты человека, свойственной русскому и китайскому мировосприятию.

Ли Чан
магистрант

Антиценности в культурном сценарии русского гостеприимства

Понятие «культурный сценарий» используется «для описания характерных для некоторой данной культуры правил поведения, представлений о том, что хорошо и что плохо, «культурных предписаний», «ценностных установок культуры» [Шмелев 2001: 12]. Опираясь на материалы Национального корпуса русского языка и живой разговорной речи, мы хотим выявить, что в культурном сценарии гостеприимства по-русски (далее – КСГ) оценивается отрицательно.

КСГ реализуется по определенным законам и правилам: *Существуют законы гостеприимства и поведения в гостях, традиции, которые складывались в течение многих лет, а то и целых поколений.* [Галина Лазарева. Я друзей созову (2002) // «100% здоровья», 2002.12.11]. Соответственно, если эти законы и правила нарушаются субъектами сценария – хозяевами или гостями, – то КСГ может разрушаться.

Гостеприимство, согласно национальным представлениям, тесно связано с радушием и хлебосольством, что подчеркивает широту русской души, а порой тягу к крайностям, к экстремальным проявлениям этих качеств. По мнению В. А. Плунгяна и Е. В. Рахилиной, ««центробежность», отталкивание от середины... и есть то единственное, что объединяет *щедрость и расхлябанность, хлебосольство и удадь, свинство и задушевность* – обозначения качеств, которые ... в языке легко сочетаются с эпитетом *русский*» [Плунгян, Рахилина 1996: 340–351]. В русском сознании гипертрофированное гостеприимство оценивается положительно, указывает на норму, а не на ее превышение. Ср.: *тарелки, полные до краев; гостеприимство продолжалось до утра; наслаждаться аппетитом гостей; стол ломился от угощения* и др. Если повод для празднества значителен, а на стол поставлено малое количество еды, нет разнообразия блюд или они невкусны, такая ситуация воспринимается русскими отрицательно. Скупость хозяев является антиценностью, а щедрость и хлебосольство воспринимаются как несомненные ценности. Приведем пример из разговорного диалога, в котором собеседница (А.) рассказывает, как она ходила на день рождения к знакомой:

А. *Пригласила нас на день рождения // Неудобно не прийти // Ну и чё / пришли // Стоит тарелка / салат «Оливье» / короче / второй салат / чё-то там / кукуруза и рис / яйцо / крабовые палочки и чё-то там еще // Народу много/ всего два салата// Ну думаю/ ни хрена // Потом окрошку начала наливать/ попробовали/ а там голимый укус// Ну неудобно за столом тарелку отодвигать и есть тоже невозможно! Потом пельмени несет / тарелка вот такая (показывает руками) но только не глубокая // И не полная / короче каждому по 6-7 пельменей//*

В КСГ реализуются ролевые права и обязанности хозяев и гостей. Их нарушение приводит к отклонениям от сценарных правил. Так, угощая гостей, хозяйка просит попробовать то или иное кушанье, зорко следит, как гости едят, подкладывает еду в тарелки, ведет разговор о блюдах и их приготовлении. На невыполнение этих обязанностей указывают следующие примеры:

Хозяйка предложила угощаться и сразу начала есть сама, глядя в тарелку. [Захар Прилепин. Санька (2006)]; *Гость проголодался, а вам и дела нет. Где ваше гостеприимство?* [Михаил Панин. Камикадзе // «Звезда», 2002]

Русский глагол *хозяйничать*, т.е. ‘бесцеремонно распоряжаться, делать что-л. по своему усмотрению’, устойчивое выражение *положить ноги на стол* (ср.: *Посади свинью за стол, а она и ноги на стол*) свидетельствуют о ролевой подмене и нарушении правил гостевого поведения: гость начинает вести себя в чужом доме как хозяин, присваивает себе право самовольничать, ведет себя нескромно и невежливо:

*Гостеприимство — хороший обычай. Но когда гость забывает, в чьём доме он находится, начинает сам **хозяйничать** и притеснять владельца дома — такого гостя надо гнать в три шеи!* [Герман Садулаев. Таблетка (2008)];

*Русские гости, — осторожно начал объяснять Коста, — выражаясь по-русски, уж очень **уверенно положили ноги на стол, пользуясь нашим гостеприимством.*** [Ирина Полянская. Прохождение тени (1996)].

Об игнорировании ценностной установки на «другоцентричность», дружелюбие, добросердечность, неумении прощать, подавлять обиду свидетельствует такой «эмблематический жест» (термин Г.Е. Крейдлина), как *хлопанье дверью*. Демонстративно покидая коммуникативное пространство, приглашенный желает показать свое возмущение и недовольство, разрывает контакт:

*А по-моему, **хлопанье дверью**, да еще в чужом, оказавшем тебе гостеприимство доме — плохо!* [Л.К. Чуковская. Дом поэта (фрагменты книги) (1972-1976)]

Разговор по душам — проявление национального коммуникативного идеала [Дементьев 2013]. Если хозяева или гости не следуют установке на кооперативное общение, нарушают законы диалоговедения, присваивая себе право на слово, КСГ развивается дисгармонически:

К обеду съехалось много гостей, но хозяин дома и я — мы оба были так молчаливы за обедом, что получили от наших жён коллективный выговор за нелюбезность. [А. Н. Апухтин. Между жизнью и смертью (1892)];

Кстати сказать, хозяин один разглагольствовал, сидя в длинной веренице молчащих вокруг стола гостей: все они не чувствовали себя оскорбленными или оплеванными, так как на их глазах разворачивалась все та же са-

мая история, знакомая им еще со студенческих лет, когда угощение кончалось бесчинством хозяина, его бессильными криками в кухне в окружении озабоченной родни<...>[Людмила Петрушевская. Ночь (1998-1999)]

Такие сценарные повороты могут актуализировать «культурный сценарий санкций за нарушение ритуала» [Г.Е. Крейдлин, С.И. Переверзева 2013: 115-116]. На способ ритуально оформленного отлучения гостя от дома указывает фразеологизм *гнать в три шеи*.

Таким образом, культурный сценарий позволяет выявить не только ценности, но и антиценности русского гостеприимства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крейдлин Г.Е., Переверзева С.И. Невербальные ритуалы и их разновидности // Ритуал в языке и коммуникации: Сб. статей / Сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова. М.: Знак; РГГУ, 2013. С. 105–119.
2. Дементьев В.В. Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике. М.:Глобал Ком, 2013.
3. Плунгян В.А., Рахилина Е.В. «С чисто русской аккуратностью...» (к вопросу об отражении некоторых стереотипов в языке) // Московский лингвистический журнал. Т.2. 1996, с.340–351.
4. Шмелев А. Д. Взаимодействие языка и культуры: от словаря до языкового облика морально-религиозной проповеди : [предисловие] // Вежицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики. М., 2001. С. 9–13.

Е. В. Литовская
аспирант

Еда как символическая ценность в дискурсе блогов современных Global Russians

Активные эмиграционные процессы на рубеже XX- XXI веков привели к тому, что появилась значимая в интернет-пространстве социальная группа, получившая условное наименование Global Russians. Это русские, живущие преимущественно за рубежом и являющиеся русскими не по месту жительства, но по культурной парадигме.

В традиционной русской культуре еще уделяется важное место, она становится субститутутом дома и семейного благополучия. Но для людей, преимущественно живущих за пределами России, она становится еще и матери-

альным воплощением ностальгии по утраченной бытовой культуре, способом сохранения собственной изначальной национальной идентичности.

Современные Global Russians часто сводят образ России к набору определенных узнаваемых бытовых реалий, в том числе, к «комфортной» русской еде.

Почти любой автор из данной социальной группы, пишущий или говорящий о еде, порой акцентирует внимание на блюдах, готовящихся «на потребу русской душе». В таком случае еда становится способом борьбы с ностальгией по месту и способом сохранения как традиционной культуры, так и формированием определенной зоны комфорта.

Для таких авторов еда становится символически ценной. Условные борщ и пироги, не обладающие ценностью в материальном плане, становятся дороги как память: утрачивая свою изначальную национальную принадлежность и материальную незначительность, они превращаются в типично русскую еду, так как воспринимаются не через историю кулинарии, а через историю определенной семьи и их традиций, связываются с давно покинутым домом детства и помогают автору, для которого культурная идентичность важнее географической, утвердиться в представлении о том, что он все еще является носителем русской культуры. В том числе, гастрономической.

*М. А. Лысенко
магистрант*

Счастье как ключевая ценность: особенности современного осмысления концепта

Счастье представляет безусловную жизненную ценность для каждого человека. Цель нашей работы – проанализировать современное осмысление и новые способы интерпретации концепта *счастье*. В век доминирования материальных ценностей даже ключевые ценностные понятия приобретают новые прагматические смыслы. К такому выводу мы пришли после проведения психолингвистических экспериментов с молодыми носителями языка и исследования функционирования слова *счастье* в СМИ. Приведем некоторые примеры из экспериментов, свидетельствующие о прагматизации концепта: счастье – это *когда получил пятерку; когда нет проблем; такое чувство, как будто тебе подарили все игрушки, которые ты хотел*. Еще более ярко эта

тенденция отразилась в СМИ. Во многих контекстах значение слова сужалось, связывалось с материальной сферой, профессиональной деятельностью или рекламой: *Счастье – это когда переводчик сам выбирает, что переводить* (В.Голышев, Афиша, 15.04.2011); *Счастье – это когда мой оркестр играет лучше всех* (А. Кролл, Московская правда, 20.04.2013); *Счастье – это быть здоровым. И даже для счастья в личной и семейной жизни, и успеха в работе нам непременно нужно здоровье! Как его обрести знают те, у кого есть «Невотон», творящий настоящее волшебство!* (Воронежская неделя, 02.03.2011).

Однако первичное значение, связывающее счастье с областью высшего блага также нашло свое отражение в проанализированных материалах. Приведем примеры: *счастье – исключительно духовное явление и не может быть связано ни с чем материальным, счастье – главная ценность человека, счастье даруется свыше; кульминационный момент духовной жизни человека.*

Таким образом, на современном этапе сосуществуют две противоположные тенденции в осмыслении концепта – прагматическая, связывающая счастье с достижением личных целей, и аксиологическая, в рамках которой счастье понимается как высшее благо, стоящее над областью земного и материального.

Т. В. Матвеева
д.ф.н., профессор

О ценности неинформативных реплик в начале разговорного диалога

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

Фатическое общение выделяется как таковое по признаку первостепенной значимости не информативной (теоретически главенствующей), а коммуникативной составляющей [Винокур 1993]. Содержание речи при этом отодвигается на второй план, а нередко информативность разговора стремится к нулю.

Исходное общее положение связываем со значимостью разговоров, смысловая ценность которых минимальна. Таких разговоров в составе русского дискурса непринужденного общения множество. Люди задают вопро-

сы, ответ на которые изначально известен, делают замечания, которые могут показаться лишними, высказываются «в пространство» в присутствии собеседника и т.п. Обобщенно, коммуниканты совершают речевые действия, информационное значение которых ничтожно или случайно. Однако, «бессмысленные разговоры в нашей жизни имеют не меньшее значение, чем осмысленные» [Гинзбург 2014: 70], просто их детерминация не очевидна, поскольку носит более общий по отношению к конкретному диалогу характер и связана с закономерностями человеческих взаимоотношений в целом.

Выдвинем на обсуждение один из приемов проявления фатики, а именно неинформативные реплики, ценность которых «определяется уже самим фактом их произнесения» [Дементьев 2000: 19]. Ограничимся позицией второй реплики участника непринужденного диалогического общения, материал привлечен из неформального общения членов одной кафедры.

Первая пара реплик обычно задается речевым этикетом, в начале разговора это обмен приветствиями. Развитие разговора может также идти по этикетной линии: *Рад Вас видеть; Прекрасно выглядите* и т.п. Но нередко вторая реплика инициатора общения не входит в число этикетных стереотипов, хотя, подобно им, весьма показательна в качестве сигнала качества тональности общения. Заметим, что спонтанность устных разговоров и, зачастую, отсутствие времени для пространного общения диктуют свои условия, в результате чего наблюдается ряд речевых стандартов избыточного в информативном отношении высказывания.

1. Вопрос с очевидным ответом: *С занятия?* (вошедшему преподавателю с пачкой методичек в руках); *Так поздно учитесь?* (в коридоре в вечернее время); *Вы уже приехали?* (вернувшемуся из командировки) и даже: *О, это вы?*

2. Фиксация некоторого статус-кво в связи с общением: *Редко видимся; Наконец-то пересеклись; Как всегда, в работе; Ну и погода сегодня!*

3. Инициативная Я-информация: *Опаздываю, кажется; Пропуск забыла, на вахте пришлось объясняться; Буду вас удивлять сегодня.*

Отметим необязательность оценочной семантики в высказываниях подобного рода. Их функция связана более всего с идеей побуждения к ответному речевому действию партнера, и эта идея чаще всего срабатывает, см. для позиции 1: *С занятия* (подтверждение очевидного); *Да уж* (оценочно окрашенное утверждение; имплицитно: действительно в позднее время приходится заниматься, что трудно); *Вчера ещё* (реальный ответ); *Или мой клон*

(шутка). Но если даже она не вызывает вербальной реакции партнёра, то вместе с этикетным началом создает разговорную экспозицию, важную для формирования фоновой тональности общения. Таким – формально-семантическим – образом создается лексический фон для интонационного и темпоритмического сообщения о собственной интенции говорящего в момент речи, что непременно учитывается его собеседником при дальнейшем развитии разговора.

Таким образом, семантическая избыточность, отсутствие информационной новизны, языковая стандартность высказывания значения не имеют. Всё это перекрывается наличием важного коммуникативного смысла второй реплики. Ее ценность состоит в развитии этикетного ввода разговора, она обозначает готовность к общению и расшифровывает наличную интенцию говорящего. В обыденной риторике стоит, вероятно, специально обучать «искусству второй реплики диалога».

ЛИТЕРАТУРА

1. Винокур Т.Г. Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. М., 1993. С. 5–29.
2. Гинзбург Л.Я. Записки блокадного человека. Воспоминания / Лидия Гинзбург. – М., 2014. 640 с.
3. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры. Саратов, 2000. 246 с.

О. А. Михайлова
д.ф.н., профессор

Образ ближайшего будущего: значимые ценности студентов-первокурсников (по материалам анкетирования)

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

Цель исследования – выявить ценностные предпочтения студенческой молодежи. Ответы первокурсников на открытый вопрос анкеты позволяют выявить индивидуальные и коллективные ценностные ожидания в планируемом реальном или воображаемом будущем.

Выделены две группы понятий, связанных с коллективными, присущими русской интеллигенции ценностями. Социально-политические ценности, связанные с жизнью государства, представлены единичными ответами. Духовно-нравственные ценностные ориентиры представлены наиболее близкими студентам понятиями, выраженными частотными абстрактными существительными: *любовь, свобода, духовность, счастье*.

Значимыми остаются для молодых людей интеллектуальные ценности, о чем свидетельствуют отмеченные в анкетах ключевые слова *знание, наука, понимание*. Типичной для первокурсников является группа ответов, включающих ценностные высказывания о необходимости изучения иностранного языка. Под влиянием социально-экономических причин происходят сдвиги в значениях слов с оценочной семантикой, характеризующей нравственные человеческие качества. У ряда слов, например *достойный, успешный*, появляются прагматичные оттенки.

Главное место в системе ценностей занимают личные ценности, связанные с собственным Я. В ядре ценностной системы молодежи находятся *самореализация и материальное благополучие, материальный достаток*, что обусловлено смысловыми доминантами современной эпохи.

Проведенное исследование показывает, что ценностная система студентов-первокурсников, будущей интеллигенции, – это не монолит, а мозаика. Прихотливая мозаичность ценностного мира складывается из сочетания традиционных (ориентированных на духовность) и условно новых ценностей, которые не артикулировались, но существовали.

Ю. Н. Михайлова
к.ф.н., доцент

Ценности современного яппи (на материале романа С. Минаева «Duxless»)

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

Ценностные ориентиры современного российского общества претерпели значительные изменения, и связанная с этим рефлексия находит свое отражение и в художественной литературе. Цель нашего исследования – вы-

явить ценности современного русского яппи, представленного в романе С. Минаева «Духless».

Яппи – (англ. uppie, уппі, сокр. от у(oung) — молодой, u(rban) — городской, p(rofessional) — профессиональный, p(erson) — личность), в США — преуспевающий молодой человек, получивший хорошее образование. Яппи живет и работает, как правило, в большом городе, стремится сделать профессиональную карьеру, добиться высокого положения в обществе. В России также появляется эта социальная прослойка молодых людей, которые работают обычно в совместных фирмах, и, вследствие этого, перенимают стиль поведения, манеры, речевые особенности и, в целом, ценности западных яппи.

Перечень ценностей современного яппи достаточно ограничен. На первое место выходит финансовая состоятельность человека, которая измеряется конкретными вещами: большая квартира, дорогая престижная машина, одежда и аксессуары известных брендов Прадо, Гуччи, Vuitton.

Свободное время яппи проводят в постоянных тусовках в пафосных клубах: *Мы сидим в «VogueCafe» в одном из самых популярных московских заведений.*

Межличностные отношения отличаются поверхностностью и неискренностью, в новой системе ценностей нет ни дружбы, ни любви: *Я сижу со своим знакомым Тимуром, одним из тех знакомых, которых все по привычке называют друзьями, хотя, конечно, никакие они не друзья, а просто люди, которым ты звонишь, когда тебе нечем занять вечер.*

Отношение к труду в новой системе ценностей также изменялось. Можно сказать, что труд сегодня не в моде. Особо ценится получение максимальной прибыли при минимальных трудозатратах: *Топ-менеджмент получал ломовые бонусы, невероятные командировочные и воровал бюджеты. В общем, бизнес был построен как положено.*

Современные яппи с большим скепсисом относятся к «вечным русским ценностям» и нарочито нарушают и ломают их, однако рано или поздно многие из них задумываются: «Какие ценности из тех, в которые свято верили наши деды, можно было теперь воспринимать всерьез? Патриотизм, религия, империя, семья, святость брака, чинная солидарность, продолжение рода, воспитание, честь, дисциплина — теперь каждый в мгновение ока мог поставить все это под сомнение. Но к чему приходишь, отвергнув такие непреложности?»

Корпоративные ценности кинофестиваля (из опыта работы)

Стало традицией, что фестиваль документального кино «Россия» освещают именно студенты-волонтеры. Им никто ничего не платит, но каждый год они собираются, чтобы выпускать фестивальную газету, разговаривать с каждым участником, водить гостей на экскурсии и дежурить на фуршетах. До 2014 года пресс-центр «России» создавал только фестивальную газету. Марина Александровна Мясникова, одна из основательниц фестиваля и преподаватель УрФУ, предложила разработать видео-контент, и в итоге было решено делать видео-дневники. Фестиваль продолжался пять дней и после каждого дня должен был появляться новый выпуск – квинтэссенция самых ярких событий. Пять дней шли показы конкурсной и информационной программы в зале Дома кино, офф-программа в библиотеке им. В. Г. Белинского, музее «Дом Метенкова», «Коляда-театре», ГЦСИ, а также проходили дополнительные мероприятия: пресс-клубы, мастер-классы, встречи с режиссерами. Перед корреспондентами и операторами было поставлено несколько задач: снять самые значимые события фестиваля, проводить регулярно опрос зрителей, провести интервью с режиссерами, представляющими свои работы в конкурсной программе, снять фрагменты фильмов на экране, но не более пяти секунд, чтобы не нарушить чьи-нибудь авторские права.

Съемочной группой в день было отснято три-пять часов материала. Из этого объема нужно было выбрать две минуты. На монтаж каждого выпуска уходила целая ночь. Нашей основной задачей было за эти две минуты показать, как живет фестиваль «Россия», и передать его атмосферу. И все это для привлечения нового зрителя и развлечения уже имеющегося, который сидит в зале Дома кино и скучает в перерыве между конкурсными фильмами. Поэтому ролики создавались так, чтобы они транслировали ценности кинофестиваля.

Перед началом работы М. А. Мясникова поставила нам одно условие – создание положительного облика фестиваля. Цензором нашей работы был режиссер-документалист Андрей Титов. Его замечания в основном касались монтажа: «плохая склейка» или «слишком резко». Мы всегда помнили о

динамичности и насыщенности картинки: сочетали кадры различных действий: зал со зрителями сменяли съемки музыкального концерта, кадры кинофильма, гости на фуршете. Снимали известных участников фестиваля, чтобы отразить статус фестиваля. Выбирали веселые и неформальные моменты: аниматор-клоун рассказывает про свои любимые фильмы, уснувший гость просыпается в опустевшем кинозале, заслуженный артист РФ Олег Ягодин показывает язык, документалист Евгений Григорьев рисует карикатуру на директора фестиваля Георгия Негашева.

Изначально мы планировали поговорить едва ли не со всеми приехавшими на фестиваль режиссерами и активно принялись за дело, но уже спустя несколько дней поняли, что интервью остается не склеенным, ролик оказывается пустым, с десяток человек участвуют в съемке, которую никто потом не увидит. После этого мы поменяли тактику (*прагматизм*) и решили ловить нужные для динамичных видео моменты. Как мы уже говорили, речь здесь идет об улыбках, аплодисментах, заполненных зрительных залах. В результате зрители программы выходили в фойе, к экранам, чтобы посмотреть наши ролики, и радовались, если видели там себя. Однако и этого нам показалось мало, и мы решили, что нужно добавить интерактивности. Нашли плюшевого медведя и предложили зрителям представить, что это фестиваль, которому нужно что-то сказать, достали доску, на которой можно рисовать то, что придет в голову, но связанное с фестивалем. Теперь в холлах скапливаются зрители, которые, наблюдая за происходящим, обмениваются репликами, знакомятся и обсуждают фильмы, а мы получаем нужные кадры.

Из сказанного ясно, что видео-дневник трансформирует информативность как ценность документального кино. На первый план выдвигается интерактивность, упор также делается на эмоциональную содержательность. Этические, эстетические и технологические ценности кинофестиваля находятся в пресуппозиции при подготовке видеоматериалов.

*Нгуен Тхе Хунг
Магистрант*

Честь как ценность для молодых россиян и вьетнамцев

Исследование концепта «честь» в русской и вьетнамской лингвокультурах показывает, что это понятие осмысливается как один из ключевых эле-

ментов культуры, который становится регулятором социотипического поведения индивида. Честь (т.е. моральные качества и принципы человека, достойные уважения и гордости) осознается как социальная ценность, некий идеал, который выработан общественным сознанием. Он усваивается индивидом в процессе взросления и становится уже не социальной, а личностной ценностью.

Значимость чести для носителя традиционной культуры отражена в русских и вьетнамских поговорках: *Береги платье снову, а честь смолоду, Честь дороже денег, Бесчестье хуже смерти* и многих других.

Значимость представления о чести для молодого поколения некоторыми подвергается сомнению. Однако результаты проведенного кафедрой анкетирования российских студентов опровергают этот стереотип: в списке самых значимых для молодых россиян ценностей понятие *честь* оказалось на третьем месте (вслед за понятиями *благополучие близких людей* и *свобода*). Среди 633 студентов, участвовавших в эксперименте, 599 человек (94,6%) отметили значимость для себя этого понятия. 92,8% вьетнамских студентов, которым задали вопрос о ценности чести, также подтвердили её значимость.

Нами было проведено ещё одно анкетирование с целью выявления понятийного содержания концепта «честь» у молодых вьетнамцев и россиян. Анализ данных ими определений чести показал, что ценностный компонент отмечается в ответах 44% опрошенных вьетнамцев и 14% россиян. Для обозначения ценностной составляющей как русские, так и вьетнамские студенты используют оценочную лексику (*очень важный критерий для оценки человека; важное качество*); модальные слова с значением долженствования (*необходимо беречь; что мы должны высоко оценивать, сохранять, даже рисковать своей жизнью за сохранение чести; должна быть у каждого человека*); метафорическое описание (*сокровище, богатство, что-то драгоценное, что-то очень священное*).

Таким образом, анализ данных анкетирования показывает, что для молодых россиян и вьетнамцев представление о чести наполнено ценностным содержанием. Честь, как нам кажется, является универсальным нравственным концептом.

Ценностный концепт *здоровье* в советских и постсоветских СМИ

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

Целью исследования является выявление и сопоставление актуализированных когнитивных признаков концепта *здоровье* в разные общественно-политические периоды истории России. Для достижения поставленной цели нами проанализировано в совокупности свыше 4000 контекстов, манифестирующих концепт *здоровье* в текстах СМИ советского периода (точечная выборка номеров «Комсомольской правды» и «Вечернего Свердловска» за 1978 и 1980 гг.) и современных текстов СМИ 1993–2014 гг. с опорой на базу данных Интегрум. Единицей анализа являлось высказывание с любым лексическим репрезентантом концепта *здоровье*.

Исследование показало, что содержание когнитивных признаков концепта *здоровье* вариативно, но при этом основной набор когнитивных признаков сохраняется. Смысловую модификацию, в первую очередь, претерпевают когнитивные признаки *субъект состояния*; *социальная составляющая здоровья*; *душевное / духовное* и *физическое состояние здоровья*. В советское время здоровье воспринимается как ценность, которую необходимо формировать и сохранять с помощью соблюдения постулатов правильного образа жизни. В связи с этим в СССР ведется большая просветительская работа с населением. Нами была выявлена наибольшая актуализация следующих признаков в советское время: *Субъект состояния*, *Социальная составляющая здоровья*, *Гармоничный идеал*, *Физическое состояние здоровья*; *Душевное / Духовное состояние здоровья*; *ЗОЖ: Забота о здоровье*, *ЗОЖ: Здоровые привычки*; *ЗОЖ: Здоровое питание*. В постсоветское время демократизация общества расширяет тематическую область обсуждаемых проблем здоровья в современной публицистике, появляются новые коллокации. В отличие от советского времени происходит актуализация признаков *Экономическая составляющая здоровья*, *Здоровье как объект иронии*, *Состояние здоровья как ценность*.

Образ ближайшего будущего: о некоторых статистических результатах проведенного анкетирования студентов

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

В рамках проведенного кафедрой риторики и стилистики русского языка анкетирования перед студентами, помимо закрытых вопросов, выявляющих ценностные предпочтения, был поставлен и один открытый вопрос: «К чему вы стремитесь в ближайшем будущем?». Планы молодых людей, как нам представляется, могут многое сказать о их жизненных установках и базовых ценностях.

В ответе на поставленный вопрос студенты могли перечислить до 10 разных жизненных планов. Была обработана 641 анкета, в которых содержалось 4522 ответа. Большая часть студентов — 41,3% (265 анкет) — заполнили при ответе на данный вопрос все 10 позиций. Число «несерьезных» ответов минимально и не может повлиять на общую статистическую обработку результатов.

Для оптимизации обработки данных все ответы были расположены в алфавитном порядке, что позволило выявить наиболее популярные ответы. Нами были обработаны формулировки, которые встречаются в ответах 10 и более раз (всего 50 ответов). Особое внимание следует уделить самым популярным формулировкам (от 50 упоминаний в однотипной формулировке). К таковым относятся: «Семья» — 173 ответов, «Самореализация» — 130 ответов, «Счастье» — 105 ответов, «Достаток» — 83 ответов, «Любовь» — 69 ответов, «Дети» — 60 ответов, «Создание семьи» / «Создать семью» — 55 ответов, «Здоровье» — 53 ответа, «Работа» — 52 ответа, «Путешествия» — 51 ответа, «Саморазвитие» — 50 ответов. Самые частотные ответы, как правило, односложны. Более развернутые формулировки по объективным причинам совпадают реже.

Среди самых популярных доминируют ответы, связанные со сферой семейных отношений (*семья, дети, создание семьи, создать семью*). Активно представлена идея самореализации (профессиональной или личностной: *самореализация, работа, саморазвитие*). Для студентов важно представле-

ние об эмоциональной и физической благополучности как основе хорошей жизни в будущем (*счастье, любовь, здоровье*). Материальное значимо, но не доминирует в частотных ответах (*достаток, путешествия*).

Интересно, что данные выводы не совпадают с теми, которые были получены при сплошной выборке, когда учитывались не только однотипные ответы. При применении такой методики обработки материала было выявлено 1485 ответов, связанных с идеей самореализации, 784 ответа, указывающих на значимость финансового благополучия, 659 ответов, связанных с представлением о будущей семье, 640 ответов, указывающих на ценность образования. Очевидно, что представления о самореализации и финансовой состоятельности более индивидуальны, представления о ценности семьи более стереотипны.

Е. Г. Попова
к. филос. н., доцент

Национальные духовно-нравственные ценности: православный взгляд

1. В языке народа заложены ценностные коды, он – «воздух», которым дышит народная душа. Главной ценностью русских в соответствии с евангельской заповедью было *спасение бессмертной души* человека, ибо какая польза человеку, если он приобретет весь мир, а душе своей повредит! [Мф. 16, 26; Мк. 8,36,37; Лк. 9, 25]. Именно поэтому одним из главных ритуалов благодарения человека на Руси было слово «спасибо», т.е. «спаси Бог!».

Также и слово *«богатство»* указывает нам, что главный источник сокровищ и смысл человеческого бытия человека – Бог, поэтому каждый человек должен в Бога богатеть и собирать сокровища для Царства Небесного, ну а все необходимое и полезное для земной жизни по любви Божией приложится. В современном секулярном мире слова остались, а их духовный смысл многими не осознается, главная ценность и предназначение земного бытия человека утрачено.

2. По данным исследования социально-психологической службы УрФУ, главной ценностью студенческой молодежи является *семья*. Этимологически слова «семья» означает семя моего «я». И это действительно так! Качество моего семечка определяется тем, чем жили мои предки и каковы мы

сами во всей полноте нашего духовно–душевно–телесного потенциала. Семья – это то пространство, где под лучами родительской заботы и любви возвращается личность, усваивая, что такое «хорошо» и что такое «плохо»; происходит ее ценностно-смысловое самоопределение. Семья – важнейший источник социального и экономического развития общества, потому что возвращает главное общественное богатство – человека. И если семья этому не соответствует, то она обречена на разложение и распад. История показала и подтвердила это с достаточной наглядностью: великие крушения и исчезновения народов возникают из духовно-религиозных кризисов, которые выражаются, прежде всего, в разложении семьи.

3. *Любовь* также является одним из главных смыслов и ценностей студенческой молодежи. Этимология слова «любовь» говорит нам о том, что из многих, кто нам «люб», личность должна выбрать единственного и хранить ему верность всю жизнь, становясь единой плотью. Способность любить исходит из чистого сердца, потому что любовь – это всегда дар, таинство встречи и узнавания.

4. *Успех*, успешность также является одной из стратегических жизненных целей студенчества. Сейчас успех человека связывают с везением, упованием исключительно на собственные силы или на своих властных покровителей. Человек «промыслеваает» свою жизненную траекторию («пех» – шаг) в соответствии со своими дарами и способностями, причем это движение должно строиться в соответствии с Божьим Промыслом о нем, интуитивным осознанием своего предназначения, дерзновением и упованием на покров и любовь Творца. Этот процесс синергичный: человек должен осознавать себя и понимать свое предназначение, с одной стороны, каждый миг своей жизни преумножать те таланты, которые ему даны, а с другой – смиренно уповать на волю Божию.

5. Вся наша культура пронизана духовным смыслом и нравственным содержанием, а Православие является культуuroобразующим основанием.

И. С. Просвирнина
к.ф.н., доцент

Сопоставительные исследования национально-культурных ценностей: методологический аспект

Национально-культурные ценности, отраженные и закреплённые в языковой картине мира, требуют сопоставительного лингвокультурологиче-

ского анализа. Ценности собственной национальной культуры, воспитанные и впитанные с младенчества, постигаемые в детстве через собственный национальный язык, с возрастом становятся неуловимыми в универсальных понятиях и типизированных образах, прячутся за формулировками «так надо, так принято» и обретают свою материальную языковую плоть в сопоставительных лингвокультурологических исследованиях, в частности, с использованием методик концептуального и дискурсного анализа. Суть семантической реконструкции в том, что концептуальное «значение», включающее понятийную, образную и ценностную составляющие, определяется всей совокупностью употреблений, дистрибуцией и типами связей так называемых ключевых слов культуры, в контексте и тексте со всеми экстралингвистическими факторами, необходимыми для понимания посыла (совесть, *бессовестный* и *потерять совесть* – негативная оценка отсутствия совести приводит к осознанию ценности совести).

Толчком для многих сопоставительных работ становилось исследование лексем (наименования *напитков* или *вкуса*, например), оппозиций (*сытый* – *голодный*), концептов (*гостеприимство*, *еда*, *здоровье*, *деньги*, *повседневность*, *скромность*, *время*, *улыбка* и *смех*, *смерть*, *любовь*, *семья*), коммуникативных ситуаций (*приема гостей*, *праздника смены сезона*, *приветствия* и *самопрезентации*, *просьбы о помощи*) и др. Достаточный объем материала, корректно проведенный сопоставительный анализ и экспериментальная проверка на современной срезе национальных языков позволяют сделать объективные выводы о содержании того или иного факта лингвокультуры, его понятийной, образной и оценочной стороне.

Сложность исследования концепта *скромность*, например, состоит в том, что данный концепт включает в себе абстрактно-понятийные и предметно-образные характеристики, тесно переплетенные друг с другом и создающие специфический комплекс ценностной доминанты, этического регулятива, совершенно по-разному представленного в русской и китайской лингвокультурах. Поэтому в рамках концептуального анализа применялись различные методики: анализ словарных дефиниций, методика аппликации словарных статей, сопоставительный анализ, контекстуальный анализ, ассоциативный и количественный анализ разноуровневых материалов.

Выяснилось, что в китайской лингвокультуре концепт *скромность* имеет высокую степень концептуализации, функционирует как этический регулятив, является одной из важнейших национально-культурных ценностей. В русской лингвокультуре концепт *скромность* имеет меньшую степень

концептуализации, биполярную организацию и связанную с ней противоречивую систему понятийных, образно-оценочных и ассоциативных характеристик, функционирует как этический регулятив на разных языковых уровнях, обслуживающих, с одной стороны, бытовые отношения, с другой стороны, религиозный дискурс, находится в стадии самоопределения в национальной языковой картине мира.

Уонг Минь Туан
магистрант

Семейные ценности вьетнамской культуры (на материале речевого жанра похвалы)

Современный Вьетнам, с одной стороны, динамично развивается, принимая присущие эпохе глобализации социальные и экономические новации, с другой, сохраняет черты традиционной культуры. Особенно ярко последняя тенденция проявляется в обязательной трансляции семейных ценностей в повседневном общении. Так, речевой жанр похвалы (далее – РЖ) обязательно включает в себя обращение, без которого похвала выглядит невежливой. В русской лингвокультуре допустимо *Молодец!* и *Ты молодец!* – тогда как во вьетнамской культуре необходимо адресовать похвалу, как и любое другое высказывание, собеседнику, учитывая специфическую семейную иерархию. Выделенную позицию занимает обращение к старшему брату или сестре отца (bác), так как игнорирует половую принадлежность старшего члена семьи, которая в других случаях учитывается. Этим же обращением высказывание может адресовываться чужому человеку, который старше отца адресанта: *Bác th́c sũ là môt tay lái lụa!* / *Вы действительно хороший водитель!* Дословно: *Дядя / тетя старше моего отца действительно шелково рулил!* Такая похвала пожилому таксисту (мужчине или женщине) будет вполне уместна.

Особое место во вьетнамской лингвокультуре занимает похвала, адресованная женщине. Замужняя женщина воспринимается в системе семейных ценностей. Она умеет не допустить домашнего конфликта, контролировать домашнюю экономику (тут ей помогает некоторая изворотливость ума), украшать дом – все это отражается в РЖ похвалы. В сравнении с русской лингвокультурой обращает на себя внимание хвалебное сравнение женщины с пчелой: *thấtdáy lungong* / *фигура как у пчелы*. Эта похвала связана с формой

женского тела, что может навести на мысль о соответствии сравнения привычному в русской культуре образу *осиной талии*. Но эта интерпретация не вполне верна, так как вьетнамская похвала подчеркивает не тонкую талию, а пышные формы и толкуется через ценности красоты, способности к деторождению, желанности для мужчины. Названная похвала адресуется замужней и незамужней женщине, адресантом чаще всего становится мужчина, но эта похвала не обязательно связана с желанием сблизиться с женщиной, что еще раз подчеркивает важность семейных ценностей в их традиционном для вьетнамской лингвокультуры представлении.

*Цзян Шань
магистрант*

Концепт *здоровье* в русских и китайских пословицах: сопоставительный аспект

Сущность изучения паремиологического фонда любого языка – это возможность понять культурное самосознание народа. Проведенный сопоставительный анализ пословиц о здоровье в русском и китайском языках позволил выявить некоторые универсальные и этнокультурные особенности объективации исследуемого ценностного концепта *здоровье*.

В структуре концепта *здоровье* было выделено, вслед за А. Ю. Петкау, 12 классификационных когнитивных признаков, в рамках которых проводилось сопоставительное исследование.

В докладе выявляются общие черты русских и китайских пословиц о здоровье. Практически все признаки, выделенные на основе русского языка, можно обнаружить и в китайском языке, что свидетельствует об общезначимом характере репрезентируемых ими ценностей. Так, китайский паремиологический фонд дает возможность убедиться, что китайцы, как и русские, тоже могут иронично относиться к своему здоровью, например: 饭后一袋烟, 赛过活神仙 (Когда куришь после обеда, ты чувствуешь себя лучше, чем те бессмертные, которые живут на небесах).

Специфика китайских пословиц проявляется в некоторых приоритетах отношения к здоровью, в выборе образа, лежащего в основе пословицы или афоризма, в языковых средствах его репрезентации.

Покажем некоторые специфические особенности китайских пословиц о здоровье. Так, в китайских пословицах и афоризмах подчеркивается значимость долголетия. Долгожители – главная ценностная составляющая здоровья, у русских главный акцент делается на физической составляющей здоровья (*здоров как бык*). У китайцев свой набор физических упражнений и привычек для поддержания здорового образа жизни: 打拳练身, 打坐养性. (Тай цзицюан укреплает тело. Сидение на корточках закаляет дух). Питание у обоих народов является одним из условий хорошего здоровья. Тем не менее в перечень продуктов питания в китайских пословицах попадают продукты, характерные только для китайской культуры принятия пищи: *рис, имбирь, креветки, женьшень, перец* и др.

Для китайской культуры характерен свой набор необычных образов, не характерных для славянской культуры. Приведем ряд образных суждений о значимости здоровья в жизни китайца, например: 大水未到先垒坝, 疾病没来早预防. (Пока паводок не придёт, нельзя заранее сложить плотину. Пока болезнь не придёт, нельзя заранее предохраняться); 活动好比灵芝草, 何必苦把仙方找 (Закалка как гриб долголетия. Если человек закаляется, то не нужно искать волшебных рецептов).

*Чжао И
магистрант*

Китайские ценности в зеркале зоонимных фразеологизмов

Фразеология – жемчужина всякого языка, которая ярко и выразительно отражает культуру народа, в том числе его ценности.

Для нас особый интерес представляет анализ ценностей, которые находят свое отражение в китайских зоонимных фразеологизмах.

На основе анализа собранного материала мы сделали следующие выводы:

1) в китайской зоонимной фразеологии активны такие ценности, как:

Любовь (青梅竹马: зелёные сливы и бамбуковые лошадки (детские игры), употребляется в значении: о любви с детства; 老牛舐犊: 比喻父母疼爱子女 [как] старая корова лижет своего телёнка, обр. в знач.: баловать своих детей; безоглядная родительская любовь);

Красота (沉鱼落雁：形容女子容貌美丽 рыбу заставит погрузиться вглубь, а [летащего] гуся опуститься на землю, обр. о красавице, перед красотой которой никто не может устоять, 燕燕莺莺：比喻年轻貌美的女子 ласточки и иволги, в значении о красивой женщине);

Талант (鹤立鸡群：比喻一个人的仪表或才能在一群人中很突出 стоять как журавль среди кур, обр. в знач.: внешность или талант человека возвышается над окружающими, выделяется);

Дружба (千里鹅毛：礼轻情意重 гусиное перышко, присланное за тысячу вёрст, обр. в знач.: не дорог сам подарок, дорога дружба);

Трудолюбие (鸡鸣而起：形容勤奋不怠 встать, услышав пение петуха, обр. в знач.: прилежный, усердный, старательный, трудолюбивый) [встать с первыми петухами];

Здоровье (生龙活虎：形容活泼矫健富有生气 живые дракон и тигр, обр. в знач.: преисполненный жизненной энергии; полный здоровья. 鹤发童颜：仙鹤羽毛般雪白的头发 · 儿童半红润的面色 · 形容老人气色好 · 健康 белые волосы как перо журавля и детское лицо, имеется в виду бодрого старика, человека преклонных лет с крепким здоровьем).

2) неотъемлемой частью паремиологического фонда китайского языка являются аксиологические фразеологические диады (т.е. ценность – антиценность):

Добро и зло (鸟声兽心：比喻言辞动听而心怀恶毒 птичий звук, звериное сердце, обр. в знач.: доброе слово, злое сердце, 化鸱为凤：比喻能以德化民 · 变恶为善 превращать сову (считают злой птицей) в феникса (обр. в знач.: прививать народу добродетель, превращать зло в доброту);

Безопасность и опасность (虎口逃生：比喻逃脱其危险的境地存活下来 вырваться из пасти тигра, обр. в знач.: спастись от неминуемой гибели; избежать смертельной опасности);

Счастье и беда (塞翁失马 (焉知非福)：比喻坏事在一定条件下可变为好事 старик потерял лошадь, думал, что это плохо; но лошадь вернулась,

приведя с собой ещё одну, имеется в виду не было бы счастья, да несчастье помогло, т.е. нет худа без добра. 得马折足：指因福而得祸 (получив лошадь и подломила ногу, обр. в знач.: получить беду из-за полученного счастья);

Правда и обман (挂羊头卖狗肉：比喻用好的名义做招牌，实际上兜售低劣的货色，指名不副实 на вывеске – баранья голова, а в лавке – собачье мясо (обр. в знач.: заниматься надувательством, обманывать, подсовывать одно вместо другого, лживая реклама).

Данное исследование помогает нам понять какие животные активно используются в китайской фразеологии. Они отражают важные ценности китайцев, и это очень актуально для межкультурного понимания и коммуникации.

И. В. Шалина
д.ф.н., профессор

К вопросу об определении и типологии ценностей

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ
(грант 15-04-00239 а "Национальные базовые ценности и их отражение
в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика")

Процесс приобретения личностью социально значимых характеристик сознания и поведения органично включает в себя интериоризацию ценностей, под которыми понимаются обобщенные, устойчивые представления о том, что является должным, правильным, «социально желанным» в различных сферах общественной жизни [Kluckhohn 1962; Rokeach 1973; Леонтьев 2000]; «изначальные, высшие принципы», которыми руководствуется человек при выборе определенного типа поведения [Петров 2008].

«Врастание» индивида в большие и малые социальные общности характеризуется деятельностью распремечиванием им общественных ценностей и превращением последних в «источники индивидуальной мотивации» [см.: Лебедева 2000: 73-74], побуждающие стимулы к достижению определенных целей. Одним из важнейших мотивов формирования и реализации личных жизненных планов, повседневного поведения человека являются ценностные ориентации, которые, будучи формой отражения в сознании личностных ценностей, представляют собой «предпочтения личности, позво-

ляющие ей ранжировать объекты по значимости для нее» [Кононенко 2003: 463]. Можно утверждать, что ценностные ориентации и установки выступают социокультурными регуляторами жизнедеятельности, «“атомарными” составляющими наиболее глубинного слоя интенциональной структуры личности» [Шохин 2001: 535].

Типология ценностей может осуществляться на разных основаниях: типы деятельности; виды общественного сознания; потребности личности; ориентация на определенный объект или субъект; способы проявления ценности и др. [см.: Rescher, 1969; Rokeach 1973; Ядов 1979; Розов 1998 и др.]. Так, с точки зрения сферы деятельности, можно выделить материальные ценности и ценности духовные, вбирающие в себя три начала: познавательное, нравственное и эстетическое, которым соответствуют Истина, Добро (Любовь) и Красота. Их можно назвать «смысложизненными универсалиями, придающими бытию любого всеобщий смысл общечеловеческой значимости» [См.: Шумихина 2002: 20].

Приняв во внимание параметр «Я – Другие», можно выделить ценности, ориентированные на себя (self-oriented values), и ценности, ориентированные на Другого (other-oriented values). Так, согласно инициативному всероссийскому опросу ВЦИОМ, проведённому 6-7 декабря 2014 г. (было опрошено 1600 человек в 132 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России; статистическая погрешность не превышает 3,5%), большинство наших соотечественников признают ценность семьи, Другого, например супруга, ценность семейного очага. 60% опрошенных считают, что семья создается в первую очередь для продолжения рода. Четверть опрошенных (23%) называет создание семьи нравственным долгом каждого человека. По словам респондентов, люди женятся ради того, чтобы быть рядом с человеком, готовым оказать поддержку в любой ситуации (43%), иметь возможность заботиться о ком-то (36%), не испытывая одиночество, никогда не расставаться с любимым человеком (31%), а также чтобы благоустроить свой быт и жить в уютном доме (38%). Симптоматично, что большинство людей по-прежнему уверено: лучше жить с супругом, чем одному. Они испытывают чувство ответственности за судьбу близкого человека (19%). Только 12% полагают, что в наши дни предпочтительнее не связывать себя брачными обязательствами, поскольку на женатых людей давят семейные обязанности: необходимость много работать для материального благополучия семьи. Кроме того, люди опасаются обмана и конфликтов, тревог и огорчений, связанных с детьми; ограничения личной свободы и карьерного роста, а также невозмож-

ности сохранить любовь, живя в семье [см.: <http://www.pravmir.ru/60-rossiyan-sozdaet-semyu-radi-prodolzheniya-roda/>]. Выборка показывает, что ценности могут пересекаться: так, ценность семьи и Другого получает нравственные, экономические, физические основания. Социоцентризм остается национальной ценностной константой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кононенко Б.И. Большой толковый словарь по культурологии. М.: ООО «Издательство «Вече 2000», ООО «Издательство АСТ», 2003.
2. Леонтьев Д.А. Ценность // Человек. Философско-энциклопедический словарь. М: Наука, 2000.
3. Лебедева Н.М. Базовые ценности русских на рубеже XXI в. // Психологический журнал. 2000. Т. 21, № 3. С. 73-87.
4. Розов Н.С. Ценности в проблемном мире: философские основания и социальные приложения конструктивной аксиологии. Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та, 1998.
5. Шохин В.К. Ценности // Этика: Энциклопедический словарь / под ред. Р.Г. Апресяна и А.А. Гусейнова. М.: Гардарики, 2001
6. Шумихина Л.А. Русская духовность. В 3-х т. Том 1. Екатеринбург: Изд-во Т.И. Возяковой, 2002.
7. Ядов В.А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. Л.: Наука, 1979.
8. Kluckhohn C. Culture and Behaviour: Collected Essays. N.Y., 1962.
9. Rokeach M.. The Nature of Human Values, N.Y. Free Press, 1973.
10. Rescher N. Introduction to Value Theory. Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, 1969.
11. <http://www.pravmir.ru/60-rossiyan-sozdaet-semyu-radi-prodolzheniya-roda/> (дата обращения: 1.04.15)

*Ян Цин
магистрант*

Эстетическая ценность стилистических фигур

Для языка газеты характерно стремление к стандартности и, одновременно, к *экспрессивности*. Это свойство В. Г. Костомаров назвал конструктивным принципом публицистики. Выразительные возможности языковых средств связаны с их экспрессивными свойствами: эмотивностью, оценочностью, интенсивностью. «Выразительность речи – это качество, характери-

зующее речь, способную привлечь и удержать внимание своей необычной организацией». [Хазагеров, Ширина : 173—174]. Выразительность является также средством управления вниманием адресата.

В числе выразительных средств публицистического текста особое место отводится стилистическим фигурам. Они способны выполнять в тексте различные функции. Логическая функция обеспечивает информационную точность текста, способствует его делению на смысловые отрезки. Экспрессивная функция осуществляется в результате ментальных операций сближения или противопоставления, либо благодаря умелым изменениям речевой тактики и приводит к эффекту усиленного воздействия [Граудина, Ширяев 2005: 264].

Эстетическая ценность стилистических фигур связана с обогащенным представлением о предмете речи. Фигура – оборот речи, части которого соотносены между собой и в совокупности передают смысл усиленным образом. Фигуры изначально формировались как отклонения от обыденной, простой формы изложения, как украшение речи. Таким образом, эстетическая функция является исконным свойством всех фигур.

Значимость фигур речи подчеркивается тем, что они свойственны разным языкам. Так, в китайском языке тоже есть понятие «стилистическая фигура». Этим термином обозначаются способы украшения и упорядочения предложений, имеющие закрепленные формулы выражения и повышающие языковую выразительность. К числу основных фигур речи китайского языка относятся противопоставление, парное построение, последовательное построение и т. д. Сравним с европейской традицией: антитеза, повтор, асиндетон, полисиндетон и т.д. Таким образом, эстетическая ценность стилистических фигур носит общечеловеческий характер.

ПЕСНЯ ПОСЛЕДНЕЙ ВСТРЕЧИ

诀颂

Так беспомощно грудь холодела,
Но шаги мои были легки.
Я на правую руку надела
Перчатку с левой руки.

步轻便
心却寒
错把右手当左手,
手套戴反

Показалось, что много ступеней,
А я знала — их только три!
Между клёнов шёпот осенний
Попросил: «Со мною умри!

似多梯, 实有三
暮秋喃喃枫树间:
«命多舛, 运多变
悲戚人生把我骗,

Я обманут моей унылой,
Переменчивой, злой судьбой». —
Я ответила: «Милый, милый!
И я тоже. Умру с тобой...»

盼与我同还! »
«挚爱啊挚爱
我亦被他狠心骗,
我誓言: 愿随你而安...»

Это песня последней встречи.
Я взглянула на тёмный дом.
Только в спальне горели свечи
Равнодушно-жёлтым огнём.

诀别诗,
昏暗房
唯有卧室泛烛光
冷漠昏黄

29 сентября 1911 (А.Ахматова)

赵一 译

Перевод Чжао И

Đừng Ví Em Là Biển!

Nhà thơ: Nguyễn Minh Thiện

Đừng ví em là biển,
Sâu thẳm và bao la.
Thuyền nan em bé nhỏ,
không xa được bến bờ.

Đừng ví em là biển,
Nước mặn chát chân trời.
Giữa mệnh mông vẫn khát,
Không uống được anh ơi!

Đừng ví em là biển.
Ngàn năm sóng xô hoài.
Suốt cuộc đời không gặp.
Bến bờ là tàn phai.

Vị mặn dâng cho đời.
Buồn vui đầy lại vui...

Em không là biển khơi,
Em chỉ là em thôi!
Đừng ví em là biển,
Càng rộng càng cô đơn!
Mỗi năm ngàn trận bão
Tan nát cả tâm hồn.

Em không là biển khơi,
Bến bờ nằm khắp muôn nơi.
Mà lòng em chỉ muốn
Của một mình anh thôi.

Đừng ví em là biển,
Em chỉ là em thôi.

Не сравнивай меня с морем!

Автор Минь Тхйен

Перевод Уонг Минь Туан

Не сравнивай меня с морем
Глубоким и неоглядным.
Ведь маленький парус Я:
Вдали от берега – пропаду!

Не сравнивай меня с морем.
Изнывая рядом с тобой от страсти,
Я не могу утолить ее,
Как не могу утолить жажду
Морской водой.

Не сравнивай меня с морем
Бьющимся вечно о берег.
Если жизнь разлучит нас -
Мы знаем, что есть берег,
К которому можно пристать.

Я не хочу быть морем.
Безбрежное – значит одинокое.
И не сравнивай меня с морем,
Потому что я ищу покоя,
И пусть тысячи штормов
Не разбивают мою душу.

Я не хочу быть морем,
Окруженным пустынными берегами
В глубине души я желаю
Быть твоим единственным,
Как море – у своих берегов.

Не сравнивай меня с морем,
И я обрету покой.

Фет. А. А.

Чудная картина...

Чудная картина,
Как ты мне родна:
Белая равнина,
Полная луна,

Свет небес высоких,
И блестящий снег,
И саней далеких
Одинокий бег.

我依词
管道升

你依我依，忒煞多情，情多处，热如火
把一块泥，捏一个你，塑一个我，
将咱两个一起打破，用水调和，
再捏一个你，塑一个我，我泥中有你，
你泥中有我。
与你生同一个衾，死同一个椁。

Автор Гуань Даошэн.

雪夜写意

美妙的景色如画般完美，
心欢喜，意难忘。
莹白雪原纵横千里茫茫。
满月一轮独亮。

深邃夜空中的熹光，
白雪皑皑，辉映身旁，
还有雪橇默默滑向远方，
身影孤寂苍凉。

Перевод Ян Цин

В моём сердце есть ты,
В твоём сердце есть я.
Наша любовь густая,
и горячая как пламя.

Взял кусочки глины,
Лепил фигуры из тебя да и меня.
Разбил нас вместе и сочетался с водою.
Снова лепил фигуры из тебя да и меня.

Теперь в статуэтке Я есть ты,
В статуэтке Ты есть я.
Живые мы под одним одеялом с тобою,
Мёртвые мы в одном саркофаге с тобою.

Перевод Ян Цин

Гуань Даошэн (кит. упр. 管道昇, пиньинь: *GuǎnDàoshēng*; 1262 - 1319) — поэтесса, художник и каллиграф в Китае эпохи правления династии Юань.

Широко признанная в Китае как первый художник-женщина, Гуань Даошэн стала идеалом образованной китайской женщины в её время и последующие эпохи. Она была супругой знаменитого художника и каллиграфа

Чжао Мэнфу, но при этом сама также была значительным художником и каллиграфом. Используя в поэзии и рисунке стили, характерные для мужчин, она уделяла внимание тому, чтобы сохранить свой стиль и индивидуальность. Она записывала свои стихи на свитках со своими рисунками, таким образом знакомя с ними широкую публику.

<p>Цветок</p> <p>А. С. Пушкин</p> <p>Цветок засохший, безуханный, Забытый в книге вижу я; И вот уже мечтою странной Душа наполнилась моя: Где цвел? когда? какой весною? И долго ль цвел? и сорван кем, Чужой, знакомой ли рукою? И положен сюда зачем? На память нежного ль свиданья, Или разлуки роковой, Иль одинокого гулянья В тиши полей, в тени лесной? И жив ли тот, и та жива ли? И нынче где их уголок? Или уже они увяли, Как сей неведомый цветок?</p>	<p>小花</p> <p>普希金</p> <p>一朵早已枯萎的花，没了味道和芬芳， 被遗忘在书中，却嵌入我的眼眶， 于是一起涟漪在我的心底激荡， 一场充满奇幻的遐想， 在哪一处绽开，又是哪一季的青阳？ 何时含苞？又合适让人撷落枝秧， 是路人还是故人的手，让她离了土壤？ 是在患得患失的记忆中相会，还是在命中注定的离殇， 亦或不过是一场孤独的漫步？ 在那恬静的旷野之中，或是漫步在林荫路上 他们也许还活着，那她呢？ 此刻，他们又栖身在何方， 又或是早已去了他乡。 正如这无人知晓的小花在这留藏。</p> <p>Перевод <i>Ли Чан</i></p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

О сопереживании

Я живу в Екатеринбурге уже год. Жизнь здесь замечательная, интересная, полна удивительными впечатлениями.

Самое яркое из них, я бы сказала, в характере русских – сильное чувство сопереживания. Ни в какой другой стране нет таких отзывчивых людей. Русские всегда сопереживают: это проявляется в разговорах с друзьями, близкими, родными, знакомыми и даже незнакомыми. Жизнь героев сказок, рассказов, романов и фильмов они воспринимают как свою собственную, словно это их судьба, их переживания. Они радуются радостям других и печалятся печалям других, беспокоятся и стараются помочь.

И это сопереживание более заметно и ощутимо, когда русские говорят о войне или смотрят фильмы о войне. В прошлом году в Екатеринбурге показали фильм «Сталинград». В течение всего сеанса – от начала до конца – никто ничего другого не делал, только внимательно смотрел фильм (ведь в кино зрители, как правило, пьют сок или пиво, жуют кукурузу). На этот раз все молчали, сопереживали героям, плакали и плакали. Меня удивило, что зрители оставались на своих местах, хотя фильм уже закончился.

Русские сочувствуют не только страданиям отдельных людей, но и думают о судьбе страны, о ее настоящем и будущем. Их мысли всегда наполнены живыми чувствами.

Ду Фу

Один из величайших поэтов Китая, особенно ценимый за те стихи, где он отождествляет свою горькую судьбу со страданиями всего китайского народа. Был связан долгой и теплой дружбой с Ли Бо. Их часто упоминают рядом как двух величайших гениев всей китайской поэзии.

望岳

Любование горной вершиной

杜甫

Ду Фу

岱宗夫如何，
齐鲁青未了。
造化钟神秀，
阴阳割昏晓。
荡胸生层云，
决眦入归鸟。
会当凌绝顶，
一览众山小。

Тарзан, вы такой великолепноый!
К острию острие, смотрел на священную вершину
Великая горная цепь! От Ци Лу земли зеленеет
Тарзан на просторе.
Как будто природа собрала искусство,
Чтобы инь и ян разделить на сумрак и зори.
Родившись на склонах, плывут облака без труда,
Завидую птицам и в трепете дивном немою.
В один прекрасный день на вершину взойду
И увижу тогда, как другие горы так малы по сравнению с нею.

Перевод Ли Чан

Национальные ценности в языке
и коммуникации

Тезисы докладов научного семинара
с международным участием
(13 апреля 2015)

Подписано в печать 24.04.2015.

Формат 60x88/16. Усл. печ. л. 2,8. Уч.-изд. л. 2,1. Тираж 50 экз.

Отпечатано в типографии ООО Издательский Дом «Ажур»
620028, Екатеринбург, ул. Восточная, 54, тел. (343) 350-78-28

E-mail: azhur.ek@mail.ru, <http://www.ajur.ur.ru>

Заказ № 24/04-1.